

Zwyczaje płatnicze a rozwój sieci akceptacji kart w Polsce: badanie konsumenckie



Trend zastępowania gotówki

Cztery lata zmian

Zwyczaje płatnicze co do zasady zmieniają się powoli, jednak ostatnie lata przyniosły przyspieszenie tego tempa, w zakresie sposobów dokonywania płatności za zakupy towarów i usług przez konsumentów.

Dzięki badaniu panelowemu prowadzonemu na zlecenie Fundacji Polska Bezgotówkowa od 2018 roku, udało się uchwycić zmianę zachowań płatniczych konsumentów w roku 2020 oraz w kolejnym, 2021 roku (Rys.1.). Na starcie badania w roku 2018 większość transakcji detalicznych, wykonywanych w stacjonarnych punktach handlowych i usługowych (dalej POS), rozliczanych było w gotówce (57%). Konkurencją dla gotówki była karta, którą wykonano 40% transakcji, przy czym 2 p.p. w tym udziale miały płatności kartą zapisaną w smartfonie, w ramach mobilnej technologii NFC. Niewielka część (2%) transakcji była opłacana przelewem, natomiast BLIK oraz

aplikacje do płacenia (na przykład za bilety w komunikacji lub parkowanie) posiadały marginalny udział.

W kolejnym roku 2019, udział gotówki w ogólnej liczbie transakcji spadł o 3 p.p., a udział transakcji bezgotówkowych osiągnął 46%. Gotówka oddawała pola transakcjom kartowym, przy czym jednocześnie wzrastał udział płatności kartami w tradycyjnej technologii plastikowej karty, jak również za pomocą mobilnych płatności NFC. Takie tempo zmiany zwyczajów płatniczych traktujemy jako ewolucyjne, następujące między innymi za sprawą przemiany pokoleniowej i generalnej popularyzacji technologii cyfrowych.

Rok 2020 okazał się historyczny w skali całego globu, niemal we wszystkich dziedzinach życia, za sprawą pandemii COVID-19. Również w obszarze



płatności odznaczył się w istotny sposób¹. W Polsce nastąpił skokowy wzrost liczby detalicznych transakcji bezgotówkowych w POS, które po raz pierwszy w historii, przewyższyły liczbę transakcji gotówkowych, osiągając poziom 54%. Wart uwagi jest fakt, że wśród transakcji kartowych znacznie wzrósł udział płatności wykonywanych za pomocą rozwiązań NFC – do 7% ogółu transakcji w POS. Nie bez przesady to przyspieszenie w rozwoju płatności bezgotówkowych okrzyknięto w branży **cashless moment**.

Jednak nastroje huraoptymistyczne powinien studzić fakt, że wzrost udziału płatności bezgotówkowych w POS został spowodowany częstszym płaceniem bezgotówkowo przez osoby, które już wcześniej aktywnie korzystały z instrumentu do płatności bezgotówkowych (najczęściej z karty), natomiast liczba nowych posiadaczy kart rośnie bardzo powoli. W dużym uproszczeniu możemy powiedzieć, że osoby „bezugotówkowe” stają się jeszcze bardziej

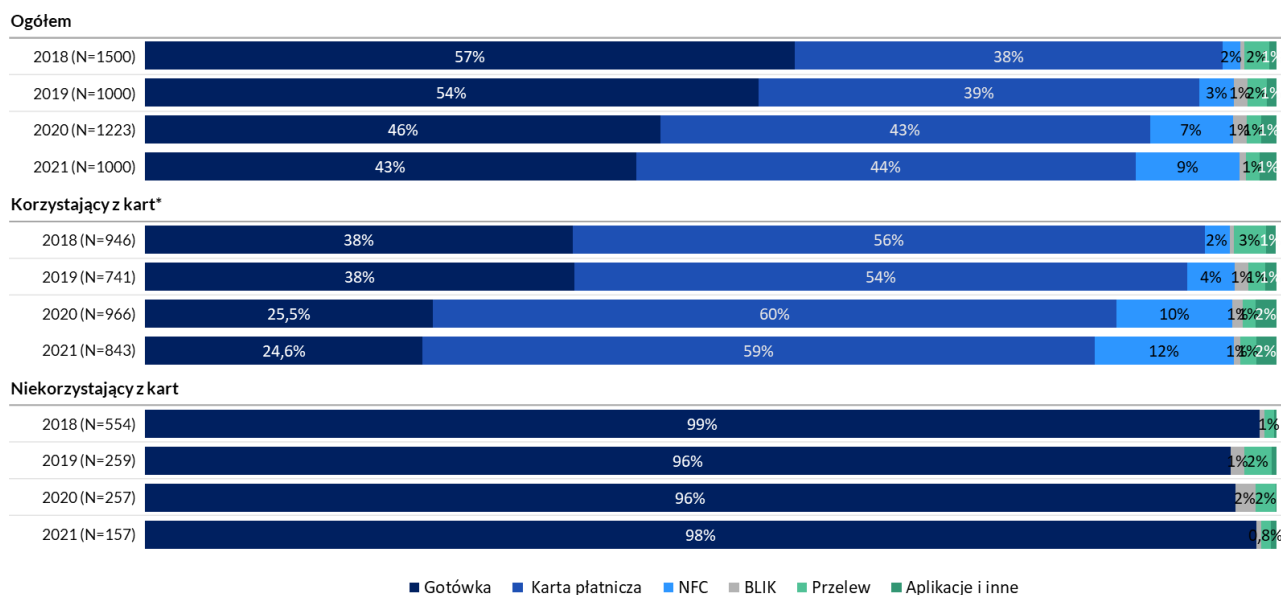
bezugotówkowe, natomiast wykluczone z transakcji bezgotówkowych nie decydują się na zmianę, a zatem wytwarza się kolejne społeczne rozwarstwienie. Niewątpliwie rodzi to potrzebę przeciwdziałania, wydaje się, że w pierwszej kolejności w obszarze edukacji.

Po burzliwym roku pandemii COVID-19 wiele osób zastanawiało się nad trwałością efektów w obszarze zmiany zwyczajów płatniczych. Czy konsumenci nie powrócą do gotówki, gdy wywołane przez pandemię obawy związane z jej używaniem opadną? Wyniki IV. fali badania, obejmującej dane dla roku 2021, wskazują, że osiągnięcia *cashless moment* zostały zachowane, ale tempo odchodzenia od gotówki znowu spowolniło, powracając do ewolucyjnego rytmu sprzed pandemii. W roku 2021 już tylko 43% transakcji w POS wykonano gotówką. Co interesujące, udział płatności tradycyjnymi kartami plastikowymi wzrósł o 1 p.p. w stosunku do 2020, natomiast mobilne płatności NFC zyskały aż 2 p.p.

¹ M. Polasik, R. Kotkowski, *Temporary panic or fundamental change in payment habits in Europe? Lesson from*

COVID-19 pandemic shift towards cashless payments, SUERF Policy Brief, Nov 2021, No 230, https://www.suerf.org/docx/f_9852513592a9f7af417f4535344125a2_36773_suerf.pdf





Rysunek 1. Udział metod płatności w liczbie transakcji w punktach handlowo-usługowych, wg deklaracji respondentów (% liczby transakcji)

Transakcje bezgotówkowe a postrzegany przez konsumentów zasięg w POS

W badaniu systematycznie monitorujemy, na przestrzeni kolejnych lat, zależność między transakcyjnością, a postrzeganym zasięgiem płatności bezgotówkowych w najbliższym otoczeniu konsumenta (Rys. 2.). W eksploracji tego zagadnienia przyjęliśmy perspektywę branżową, wychodząc z założenia, że w swojej percepcji konsument ocenia, czy może zapłacić bezgotówkowo w zależności od tego, z jakim rodzajem sklepu lub punktu usługowego ma do czynienia. W badaniu respondenci oceniali zasięg możliwości płacenia bezgotówkowo w 19 branżach. W tym celu opracowano **wskaźnik pewności akceptacji**, który rozumiemy jako odpowiedź: *prawie wszędzie/w większości punktów można płacić kartami tam gdzie robię zakupy w mojej okolicy* (na pięciopunktowej skali). Uznajemy bowiem, że dopiero takie postrzeganie zasięgu można nazwać pewnością akceptacji.

Porównanie odsetka respondentów postrzegających zasięg płatności bezgotówkowych jako „pewny” oraz udziału transakcji bezgotówkowych w każdej branży, wskazuje na silną pozytywną zależność między postrzeganym zasięgiem a wyborem metody płatności przy kasie (Rys 2.). Fakt, że osoby aktywnie korzystające z kart wciąż realizują ¼ transakcji gotówką (Rys 1.), głównie w branżach o niskich wskaźnikach pewności akceptacji, sugeruje że swobodny wybór metody zapłaty przez konsumentów jest tam wciąż ograniczony. Potwierdza to kluczowe znaczenie odpowiednio rozwiniętej sieci terminali EFT-POS dla rozwoju obrotu bezgotówkowego.

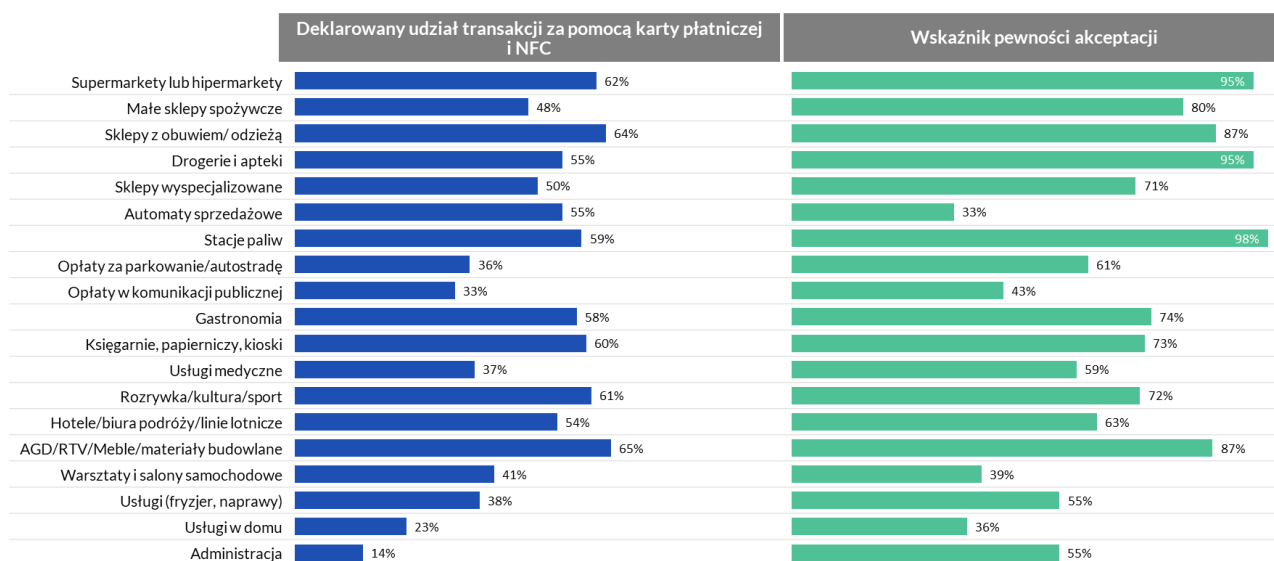
Program Polska Bezgotówkowa spowodował radykalne rozszerzenie sieci zasięgu akceptacji kart płatniczych w latach 2018-2021. Rosnące *wskaźniki pewności akceptacji* potwierdzają, że konsumenci





dostrzegają zasadniczą, pozytywną zmianę, jaka zaszła w uterminalowaniu w większości branż. Obecnie

nie bariery dla swobodnego wyboru formy płatności występują głównie w części branż usługowych oraz transporcie.



Rysunek 2. Deklarowany udział płatności kartą płatniczą i NFC a wskaźnik pewności akceptacji płatności bezgotówkowej w 2021 r. (% liczby transakcji/wskazań)

NOTA METODOLOGICZNA:

Przedstawiony ekstrakt pochodzi z kompleksowych badań ankietowych realizowanych wśród konsumentów, zaprojektowanego przez firmę POLASIK Research w latach 2018-2021, we współpracy z agencją badawczą KANTAR Polska na zlecenie Fundacji Polska Bezgotówkowa.

POLASIK Research jest firmą badawczą i doradcą, działającą od 2008 roku i specjalizującą się w obszarze badań systemu płatniczego, innowacji płatniczych i PayTech. Misją firmy jest kreowanie wiedzy i jej efektywne dostarczanie uczestnikom rynku usług płatniczych. Więcej informacji: <http://polasik-research.pl/>

Autorzy raportu: Andrzej Meler, Michał Polasik

